

インサイドセールス代行・支援サービス

💡 インサイドセールスとは

主にコールやメールでのアプローチで顧客との新規商談・受注機会を構築すること



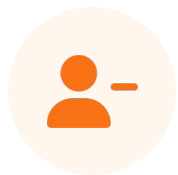
！ インサイドセールスでよくある課題

4つの課題



新規商談創出の頭打ち

既存の営業活動で新規商談
が取れなくなり、パイプライ
ンが枯渇している状態



リソース不足・属人化

営業人員が不足し、属人化
が進み、育成コストが増大
している



戦略ターゲットの リード・商談が取れない

マーケティングが獲得してく
るリードだけではターゲッ
ト顧客との接点が構築でき
ない



今の業務委託先に 課題を感じる

今の外注先の成果に疑問を
感じるが、改善が見られない

※ 各課題の優先度は企業の状況により異なります



イノーバのインサイドセールスサービス概要

5つのサービス



SDR

インバウンド型・反響型



目的

インバウンドリードの迅速な選別・商談化

即対応

ヒアリング・商談基準

掘り起こし・リサイクル



リードナーチャリング

見込み顧客の育成・中長期フォロー



目的

中長期的な関係構築と購買意欲の醸成

コンテンツ制作・配信

定期接触

検討度の評価



インサイドセールスディレクション・マネジメント支援

組織・オペレーション強化



目的

インサイドセールスの活動の組織力・オペレーション力強化

KPI・オペレーション設計

マネージャーとの壁打ち相談

第三者レビューの実施



BDR

アウトバウンド型・新規開拓型



目的

新規顧客開拓・戦略アカウント攻略

リスト作成

アウトバウンドコール

レター送付



CRM / MA 活用

ツール活用



目的

テクノロジーを最大限活用した商談機会の最大化

CRMオペレーション

アラート・スコア設計

ROI改善

インバウンドリード（資料請求、ウェビナー参加など）に対する迅速なアプローチを通じて、温度感の高い見込み顧客を逃さず商談化へ繋がります。

☰ 実施内容と期待される成果

- 新規リードへの即対応(リード評価数・商談数の向上)
- CRMでのリスト作成と掘り起こしコール
- ヒアリング基準の遵守・運用(案件数向上)
- CRM記録・スコア更新／ナーチャリング連携
- 定例参加・レポート報告

📈 強み・特徴

↑ **セグメントに応じた勝ちパターンの仮説・検証を推進し**
ターゲットのチャネル・規模・業種や、絞り込んだリスト(セグメント)に応じたスクリプトの見直し・パターン分けや改善の徹底

🔄 **マーケティングを巻き込んだ改善ループ**
インサイドセールスの行動・振り返りから、メールやコンテンツなどの改善につなげます。また、マーケティング部門の施策の取り組みや優先順位に沿ったアプローチで相乗効果を高めます。

🎯 **インサイドセールス単独での底上げも**
日々の行動量や接触率・リードハンドリング(優先順位付け)・QAの充実など商談化率を引き上げるインサイドセールスのPDCAも徹底します

戦略的なアウトバウンドアプローチを通じて、ターゲット企業の決裁層やキーパーソンとの接点を創出し、LTVの高い商談を獲得します。

実施内容と期待される成果

- ICP(理想の顧客像)定義・ターゲットリスト作成
- 戦略アカウント攻略(ABM)のプランニングとシナリオ構築
- レター×デジタルのハイブリッドアプローチ実行
- 決裁層・キーパーソンへのアウトバウンドコール・メール
- DMUマップの構築・アカウントプランに基づく商談化

強み・特徴

役員・キーパーソンとの商談創出

ターゲット企業の決裁層やキーパーソンを特定し、トップダウンでのアプローチにより質の高い商談を創出します。

ホワイトスペースの新規開拓

手紙などのアナログ施策と、メール・電話などのデジタル施策を組み合わせ、未開拓の領域へ効果的にリーチします。

LTVの高い案件パイプライン拡大

複雑な意思決定プロセスを攻略するため、DMU全体をマッピングし、組織的なアプローチで大型案件を獲得します。

獲得した見込み顧客に対し、定期的な情報提供やコミュニケーションを通じて購買意欲を高め、中長期的な関係構築から商談機会を創出します。

☰ 実施内容と期待される成果

- 商談の日程調整ではなく、問い合わせやウェビナーへの誘導に向けたコールを実施
- 通電したリードへのヒアリングとチームへのフィードバック
- リードステータス(フェーズ)引き上げのためのコンテンツの考案や検証
- 他、リードスコアやCRM施策と連動したアクションを遂行

📈 強み・特徴

📄 質の高いコンテンツ提案と連動

顧客の課題や検討フェーズに合わせた最適なコンテンツ（事例、ホワイトペーパー等）の活用と、反応に基づいた改善提案を実施します。

⚙️ ツールを活用した効率的な育成

マーケティングツール等のスコアリング機能や自動化シナリオを活用し、適切なタイミングでの漏れのないアプローチを実現します。

🕒 中長期的なパイプラインの構築

すぐには商談に至らないリードも大切に育成し、将来の安定した売上基盤となる質の高い案件パイプラインを構築します。

テクノロジーを最大限活用し、CRMやMAツールを用いたデータドリブンなアプローチで、商談機会の最大化と営業プロセスの効率化を実現します。

☰ 実施内容と期待される成果

- CRM / MAツールの初期設定・運用プロセス構築
- リードスコアリング設計・アプローチアラート設定
- メールマーケティング・シナリオ設計と配信実行
- データクレンジング・名寄せ・顧客情報の最新化
- 施策のROI分析・ダッシュボード構築とレポート作成

★ 強み・特徴

📺 ツールに精通した専門家による支援
SalesforceやHubSpotなどの主要CRM/MAツールの構築・運用経験が豊富なメンバーが、貴社の環境に最適なオペレーションを構築します。

🕒 データに基づくパーソナライズアプローチ
顧客の行動履歴や属性データを分析し、最適なタイミングでパーソナライズされたコンテンツを提供することで、効果的な商談機会を創出します。

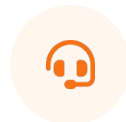
🔄 マーケティングとセールスのシームレスな連携
MAで育成したリードをCRMでタイムリーに営業へパスする仕組みを構築し、部門間の連携を強化して機会損失を最小限に防ぎます。

プロジェクトチーム体制

専任チーム



ディレクター(プロジェクトマネジャー)
1名



インサイドセールスプレイヤー
1~2名



ディレクター(プロジェクトマネジャー)の業務

✓ 戦略設計・KPI管理

営業戦略の立案、ターゲット定義、KPI設定、進捗管理、数値分析、改善提案

✓ クライアント対応・レポーティング

定期MTG、課題相談、改善提案、週次/月次レポート作成、データ分析



インサイドセールスプレイヤーの業務

✓ 荷電実施・フォローアップ

リードへの電話・メールアプローチ、リードの追客、継続的な接点

✓ 商談設定・情報記録

アポイント取得、商談日程調整、CRMへの情報入力、活動記録

※ イノーバのISリソースが枯渇する場合、業務提携先の企業に再委託する可能性があります。その際は、イノーバのディレクター(プロジェクトマネジャー)と委託先のディレクター・インサイドセールスプレイヤーというチーム体制となります。費用は変わりません。

他社との差別化・強み

比較表

QCD	比較項目	当社のサービス	一般的な代行会社	社内でのインサイドセールス
クオリティ	専任体制 プロジェクト専任チーム	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プロフェッショナルな経験 <ul style="list-style-type: none"> ・イノーバ社、もしくはイノーバと提携企業で経験を積んだメンバーが対応 ・経験豊富なマネージャがターゲット選定やアプローチ手法からスクリプト構築までを対応 ・ターゲットの優先順位や業務変更にも柔軟に対応 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 担当者が頻繁に変更 <ul style="list-style-type: none"> ・属人化・継続性に課題 ・インサイドセールス経験者が多く、周辺の営業・マーケティング経験が不足。ターゲット設定やアプローチ手法の幅が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 採用難とマネジメント負担 <ul style="list-style-type: none"> 人材不足で採用が難しい他、退職・離職が多いため業務が安定せずマネジメントの負担が大きい
	人材の質 業務品質の維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 専門性の継続的な向上 <ul style="list-style-type: none"> ・様々な案件の対応実績とチーム内競争により、腕に磨きをかけているメンバーが多い ・組織全体で様々な案件からのノウハウを共有し顧客理解や商材理解を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 品質向上が困難 <ul style="list-style-type: none"> ・離職が多く、短期アルバイトのため、質が上がりにくい ・単価の低いアルバイトで構成されるチームで離職が多く、ノウハウが蓄積されづらい 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ マンネリ化と属人化リスク <ul style="list-style-type: none"> 少数チームだとマンネリ化し、基準が徐々に下がりがち。退職や異動が続くと業務の質も下がる
デリバリー・サービス	システム構築・対応力 環境構築・ツール活用	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 経験豊富なメンバーによる構築 <ul style="list-style-type: none"> 事業会社でSalesforceやHubSpotなどの構築・運用を手掛けてきたメンバーが構築。また、お客様の環境に合わせた最適なオペレーションを整理 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 限定的な稼働と提案の欠如 <ul style="list-style-type: none"> スプレッドシートや与えられた条件での稼働が多く、改善案を出せない 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 情報蓄積の課題と高コスト <ul style="list-style-type: none"> スプレッドシートで情報の蓄積がしづらいほか、システム構築に専任人材や多大なコストがかかる
	マーケティング施策との連携 マーケティング・IS統合	<ul style="list-style-type: none"> ✓ MKTとISを統合した分析 <ul style="list-style-type: none"> 対応するリードの品質やCRM施策と連動したインサイドセールス活動が可能 ・メールや送付資料、態度変容にコンテンツなどを提案 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ IS経験のみの部分最適 <ul style="list-style-type: none"> インサイドセールスの知見のみで、マーケティング施策との有機的な連動が取れない 	<ul style="list-style-type: none"> ⚠ 部門間の連携に課題 <ul style="list-style-type: none"> 営業やマーケティングとの間に壁ができやすく、スムーズな連携や情報共有が構築しづらい
コスト	コスト調整が容易 柔軟なリソース管理	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 柔軟なコスト対応 <ul style="list-style-type: none"> アクション数によって柔軟なコスト調整が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 固定費・成果報酬の課題 <ul style="list-style-type: none"> 人材1名あたり固定コストで調整が難しかったり、稼働が保証できない成果報酬型が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 見えない追加コスト <ul style="list-style-type: none"> 社員対応でコストは掛かりづらいが、教育費・新規採用費など見えないコストが多い

※ 当社のサービス特徴に基づく比較

導入メリット・期待効果

効果保証

3倍

商談数増加

↑ +200%

2倍

受注率改善

↑ +100%

140%

成約率向上

↑ +40%



株式会社A

情報システム部門向けSaaS

課題：新規商談が停滞

効果：商談数3倍
(35件/月から100件/月)

ポイント：チャンネル毎にマーケティングとインサイドセールスのPDCAを連動させた



株式会社B

在庫管理ソフトウェア

課題：ターゲット企業の業種を大きくシフトする戦略のなかターゲット商談が枯渇

効果：有効商談数1.5倍

ポイント：商談基準を厳しく見直し、SDRで足りない分をBDRで補填



株式会社C

多店舗マネジメントSaaS

課題：役員商談が足りなかった

効果：役員商談数毎月25件獲得

ポイント：レターを組み合わせたアウトバウンド、主催カンファレンスに参加した役員に失礼のない質の高いスクリプトを構築

導入メリット・期待効果(レター+フォローコール)

CASE 01 / 業種

IT業種

利用期間	12か月
レター送付数	2,200通
商談獲得数	67件
↳ アポ率 (STEP 1→2)	3.0%
役員商談	31件
受注数	5件

CASE 02 / 業種

マーケティング支援

利用期間	3か月
レター送付数	500件
商談獲得数	7件
↳ アポ率 (STEP 1→2)	1.4%
受注数	1件

CASE 03 / 業種

人材 (介護向け)

利用期間	3か月
レター送付数	150件
商談獲得数	2件
↳ アポ率 (STEP 1→2)	2.0%
受注数	継続中

? よくある質問 (Q&A)

Q1. 荷電ログは共有いただけますか？

A. はい、可能です。すべての荷電ログは提供できないため有効接触が発生したときのログを提供いたします

Q3. 出社・常駐は可能ですか？

A. フルリモート環境でのご支援となります。

Q5. 最低限のリソースはどのくらいですか？

A. ディレクター1名、コーラー1名となります。

Q2. CRMや荷電ツールは自社の環境に合わせてもらえますか？

A. CRMや荷電ツールは原則貴社環境に合わせてさせていただきます。利用に不具合がある場合、弊社環境のスプレッドシートに顧客リスト書き出したり、ZoomPhoneを利用させて頂く場合がございます。

Q4. 営業リストを作成いただけますか？

A. はい、可能です。

サービス内容に関してご不明点がございましたら
下記のボタンよりお気軽にお問合せください

[ご質問・お問合せはこちら](#)

株式会社イノーバ マーケティング部

電話: 03-4405-7431

メール: mktg@innova-jp.com

Webサイト: <https://innova-jp.com/>



個人と企業にイノベーションの力を与える